

# 爱彼迎逆势上市,未来怎么玩

■中国城市报记者 张亚欣

老牌共享住宿巨头爱彼迎(Airbnb)终于在2020年的最后一个月实现上市梦。

近日,爱彼迎登陆纳斯达克,发行股价为68美元。截至上市当天下午4点收盘,爱彼迎股价大涨112.81%至每股144.71美元,总市值达865亿美元。

今年前9个月都在“血亏”的爱彼迎逆袭上市,甚至一举超过OTA鼻祖Booking 862亿美元的市值。爱彼迎究竟是被共享经济这股东风推波助澜,还是顺势被资本“拱”上了市?

## 艰难的上市路

与其一波三折的上市路相比,爱彼迎的发家路要顺得多。

2008年,爱彼迎的前身“AirBed&Breakfast”横

空出世,用在线短租共享经济的模式撕开了市场一角。简单来说,爱彼迎就是一家联系游客和家有空房出租的房东的服务型网站,为用户提供多样化住宿信息。

平台一经推出就大受年轻人喜爱。在他们看来,这种住宿方式不仅新鲜且经济实惠,房东也因此尝到了不少甜头。早期的爱彼迎不仅收获了市场的认可,更受到了资本的青睐,获得了来自美国著名创业孵化器Y Combinator的2万美元种子轮,并在2009年获得红杉领投的60万美元天使轮融资。此后数年里,众多机构都向它抛出橄榄枝,揽获了十几轮融资,红杉更是没有错过任何一轮融资。

随后,共享经济浪潮掀起,爱彼迎与一起“乘风破浪”的Uber、WeWork并称共享经济“三剑客”,成为中国大量创业

公司纷纷效仿的对象。

因此,在经历了十余年的发展之后,上市对于爱彼迎而言似乎是顺理成章的事。今年1月19日,爱彼迎启动全球房源审查,这也为其正式备战IPO吹响了前哨。然而,突如其来的新冠肺炎疫情让爱彼迎的原定IPO计划被迫延期,也为其上市之路再添曲折。爱彼迎CEO布莱恩·切斯基直言:“没想到我们会这样过完这一年。”

世界旅游组织统计的相关数据显示,由于新冠肺炎疫情在全球的蔓延,今年7、8月份的北半球旅游旺季,平均客流量与去年同期相比下降了80%。

全球旅游、住宿业损失惨重,爱彼迎也不例外。

爱彼迎招股书显示,其今年前9个月总营收为25.19亿美元,较去年同期的36.98亿美元减少了32%。同时,招股书也显示,为削减开支,爱彼迎解

雇了25%的员工,裁掉了部分非核心业务,并推出线上“云旅游”、周边游等创新型游玩选择类型。

再加上今年4月先后从私募股权公司筹集了10亿美元融资,以及从机构投资者处获得了10亿美元定期银团贷款,爱彼迎终于在2020年即将结束时登陆纳斯达克。

## 谁是“幕后推手”

在“血亏”的情势下,爱彼迎不仅逆袭上市,还在市值上盖过了Booking的风头。

回顾爱彼迎的上市路,基本上都有资本保驾护航,这其中除了Y Combinator、红杉资本外,还包括了银湖资本、DST、淡马锡、KPCB、老虎环球基金等全球一线机构。

“受到资本热捧,说明大家对爱彼迎的商业模式和发展潜力有一定的预期。”北京联合大学在线旅游研究中心主任杨彦锋在接受记者采访时表示,爱彼迎的市值甚至超过了Booking这种老牌交易型OTA,也侧面说明它的出现具有一定创新意义。一方面,爱彼迎给此前一直主打标准住宿的市场提供了非标化和社交化住宿的新体验;另一方面,爱彼迎通过商业化手段大规模链接社会存量住宿设施与消费市场,有效利用房地产潜力撬动存量市场。

而辉瑞疫苗的相关消息传出后,美股的酒店、旅游板块的股价都有不小涨幅,这对于爱彼迎而言也是利好消息。

“疫苗的问世让旅游业或将迎来触底反弹的时机。”华美顾问机构首席知识官、高级经济师赵焕焱分析称,由于新冠疫苗频频传来喜讯,全球的旅游行业呈现抬头趋势,尽管爱彼迎在过去3个月的业绩并不那么尽如人意,但考虑到疫情过后的前景和市场,部分投资者对这个已成立了12年的共享民宿巨头亦持肯定态度。

此外,业务遭受重创的爱

彼迎也在不断寻找和开拓新的盈利点。在其招股书中,爱彼迎表示,要围绕民宿业主和消费者建立一个社区,将该社区定位为区别于竞争对手的一个因素;作为中介平台,爱彼迎在佣金之外,将收取一定比例社区费用,以租客与房东的联系带动当地的旅游经济,通过租房这一行为拓展出可持续发展的盈利模式;在租客与房东之间还会利用算法进行最合适的匹配,这些都有利于使其从简单的中介平台中脱颖而出。

同时,纵观爱彼迎的发展过程,它也成为了旅游大市场中的投资者。据统计,爱彼迎在过去12年内完成了16笔投资和21起收购。最近的两次是去年3月初,爱彼迎收购了酒店预订平台HotelTonight,8月又收购了公寓平台Urbanbandoo。通过并购把旅游环节的各个节点把控住,才能在旅游市场站稳脚跟,爱彼迎希望通过多样化的业务布局争取到更大份额的旅游市场,这也让投资者愿意去相信其未来的成长空间和潜力。

## 真正的难关才刚拉开帷幕

尽管超出预期的市值代表了资本和投资者看好爱彼迎的发展前景,但摆在爱彼迎面前的拦路虎仍是盈利难问题。

正如硬币的两面,爱彼迎虽是共享经济模式兴起的受益者,但随着共享经济发展日趋成熟,各国相应的法律法规也将更加规范,这也许或多或少会对爱彼迎有所影响。“其实,共享经济模式的发展前景取决于各国监管层在行政许可方面的规定,以及税务方面的规范。”在赵焕焱看来,上市以后的爱彼迎,反而也承担了“树大招风”的风险,接下来或将面对各地区法律和税务方面的诸多要求。

随着《共享住宿服务规范》的发布实施,国内对于共享住宿的监管也在持续收紧,短租公寓平台的非标住宿将面临更多风险,这也将成为爱彼迎在中国市场发展是否“水土不服”的一大试炼。

同时,赵焕焱还表示,爱彼迎也会受到来自传统行业的反击以及同业之间更加激烈的市场争夺。对于这一点,杨彦锋亦表示赞同。

前瞻产业研究院数据显示,从房源量、用户量、融资额等综合情况来看,途家、爱彼迎、小猪这三家企业共同处于国内共享住宿行业第一梯队。

杨彦锋说:“未来,爱彼迎想要抢占更大的市场份额,仍需交出一份有别于其他竞争企业的成绩单。”



内蒙古根河市:打造零下40℃“极冷”旅游项目

近日,内蒙古自治区呼伦贝尔根河市已连续几日气温达零下40℃以下,根河林业局有限公司加紧打造冷极冰屋、冷极英雄台等冬季旅游设施,让游客感受“极冷”。图为游客体验根河“极冷”旅游项目“泼水成冰”。

中新社发 张旭摄

## 第二批国家全域旅游示范区名单出炉,97个单位入选

■中国城市报记者 张亚欣

近年来,全域旅游是我国旅游业发展的一条主线,串起了旅游业发展的各种亮点。创建国家全域旅游示范区也成为各地旅游工作的重心之一。从提出、预热、动员到创建、验收,从行业重视到社会关注,从单一到综合,一场适应新时代的旅游改革的发展大戏终于再次结出硕果。

12月17日,文化和旅游部对外发布第二批国家全域旅游示范区名单,包括重庆市渝中区、河北省秦皇岛市山海关区在内的97个单位入选,这将对今后各地持续推进全域旅游、发展大众旅游产生积极示范作用。

文化和旅游部相关负责人表示,这些示范区在创建方式、创建路径、创建成果上各具特色,为更多示范区创建单

位提供了诸多有价值的、可复制、可推广的经验做法。特别是示范区单位在文旅融合发展、旅游扶贫富民、城乡统筹、生态依托、景城共建共享、休闲度假、资源转型、边境开发开放等方面进行的实践探索,对各地深化全域旅游发展具有借鉴意义。

此外,上述负责人表示,被认定为示范区的单位要按照高质量发展要求,加快创新

驱动,持续推进全域旅游向纵深发展;文化和旅游部将实施“有进有出”的管理机制,适时开展示范区复核工作;省级文化和旅游行政部门要做好辖区内示范区的日常检查并参与复核工作。

据了解,文化和旅游部于去年9月公布了首批71个国家全域旅游示范区名单。截至目前,我国已有168个国家全域旅游示范区。